



Analisis Persepsi Pelaku dan Konsumen Terhadap Tantangan dan Peluang UMKM Buah Potong di Baruga Street Food Kota Palu

Bahtiar¹, Nazwa², Elin³, Suasa⁴, Dandan Haryono⁵, Nurhayati Hamid⁶

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako

Email: [1bahtiar121104@gmail.com](mailto:bahtiar121104@gmail.com), [2nazwaft2837@gmail.com](mailto:nazwaft2837@gmail.com), [3ellinyasin@gmail.com](mailto:ellinyasin@gmail.com)

Abstract

This study aims to analyze the condition of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) selling cut fruit at Baruga Street Food in Palu City through based on the perceptions of business actors and consumers. MSMEs play a vital role in the local economy, but face various challenges, making strategic analysis essential. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis was carried out through reduction, presentation, and conclusion drawing based on the SWOT framework. The results of the study show that the main Strengths of MSMEs lie in their strategic business locations and the fresh quality of their products, supported by the trend towards healthy lifestyles. Meanwhile, their Weaknesses include limited capital, the short shelf life of fruit, and an incomplete variety of fruit. The greatest Opportunities are marketing expansion through digital platforms (Gojek/Instagram), product innovation, and the development of a delivery system. External Threats include intense business competition and fluctuations in raw material prices. Overall, the fruit-cutting MSMEs at Baruga Street Food has strong potential for growth, but requires a strategic focus on optimizing stock management, product diversification, and utilizing digital opportunities to strengthen competitiveness and market reach.

Keywords: MSMEs, Cut Fruit, Baruga Street Food, SWOT Analysis, Perception

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) buah potong di Baruga Street Food Kota Palu melalui kerangka analisis SWOT, berdasarkan persepsi pelaku usaha dan konsumen. UMKM berperan vital dalam perekonomian lokal, namun menghadapi berbagai tantangan, sehingga analisis strategis sangat diperlukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan berdasarkan kerangka SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kekuatan (*Strengths*) utama UMKM terletak pada lokasi usaha yang sangat strategis dan kualitas produk yang segar didukung tren gaya hidup sehat. Sementara itu, Kelemahan (*Weaknesses*) mencakup keterbatasan modal, masa simpan buah yang singkat, dan variasi buah yang kurang lengkap. Peluang (*Opportunities*) terbesar adalah ekspansi pemasaran melalui platform digital (Gojek/Instagram), inovasi produk, dan pengembangan sistem pesan antar. Adapun Ancaman (*Threats*) eksternal meliputi persaingan bisnis yang ketat dan fluktuasi harga bahan baku. Secara keseluruhan, UMKM buah potong di Baruga Street Food memiliki potensi kuat untuk berkembang, namun memerlukan fokus strategis pada optimalisasi manajemen stok, diversifikasi produk, dan pemanfaatan peluang digital untuk memperkuat daya saing dan jangkauan pasar.

Kata kunci: UMKM, Buah Potong, Baruga Street Food, Analisis SWOT, Persepsi

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah pilar fundamental bagi ekonomi Indonesia. Sektor ini memiliki peran sangat penting karena mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pemerataan pembangunan di seluruh wilayah.

Keberadaan UMKM di kawasan Baruga Street Food Kota Palu merupakan salah satu kontribusi utama sektor ini dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan, seperti penyediaan gerobak bagi pengguna UMKM di Baruga, menunjukkan upaya konkret untuk memperkuat sektor ini agar dapat tumbuh secara berkelanjutan di tengah tantangan ekonomi (Imron, 2025).

Pramesworo dkk. (2024) menyampaikan bahwa operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi serangkaian hambatan, terutama mencakup minimnya permodalan, akses yang sulit terhadap teknologi, dan rendahnya tingkat inovasi. Di sisi lain, meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat membuka peluang besar bagi pengembangan usaha buah potong, terutama dengan inovasi dalam keamanan pangan dan kemasan yang menambah daya tarik produk bagi konsumen.

Baruga Street Food adalah lokasi strategis bagi UMKM untuk menjual produk buah potong. Lokasi ini memfasilitasi inovasi layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen perkotaan. Karena berfungsi sebagai pusat interaksi langsung antara penjual dan pembeli, persepsi kedua pihak sangat menentukan adaptasi usaha dalam menyikapi tantangan dan peluang. Oleh karena itu, penelitian tentang persepsi pelaku usaha dan konsumen di Baruga Street Food, Kota Palu, penting untuk memberikan gambaran kondisi nyata dan rekomendasi strategis bagi pengembangan UMKM buah potong di area tersebut (Rosmiwati dkk., 2025).

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. UMKM mencakup skala bisnis kecil hingga menengah. Pemerintah umumnya menggunakan parameter seperti jumlah karyawan, omset, dan nilai aset untuk klasifikasi ini. Karakteristik utama UMKM meliputi keterbatasan modal dan sumber daya, operasional yang fleksibel terhadap pasar, dan keterlibatan langsung pemilik dalam manajemen harian. Sementara jenis usahanya beragam, contoh populer di Indonesia adalah kuliner, fesyen, dan agribisnis. Manfaat UMKM antara lain menyediakan lapangan kerja masif, mendorong ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, serta menciptakan pasar dan inovasi baru (Pramesworo dkk., 2024).

UMKM adalah sektor krusial bagi perekonomian Indonesia, karena memberikan kontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja dan menggerakkan ekonomi lokal. Secara spesifik di Kota Palu, UMKM kuliner seperti yang beroperasi di Baruga Street Food memiliki kedudukan strategis sebagai sentra kegiatan usaha mikro dan kecil yang secara langsung mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Persepsi Terhadap UMKM

Persepsi adalah proses individual di mana seseorang mengatur dan mengartikan informasi yang diterima oleh panca indera, sehingga mampu memberikan makna pada lingkungan di sekitarnya (Soemanagara, 2006).

Pelaku UMKM buah potong di Baruga Street Food memandang lokasi usaha sebagai penentu utama tingkat kunjungan pelanggan dan pendapatan. Persepsi ini

menentukan strategi bisnis seperti pemanfaatan lokasi dan inovasi produk guna bertahan dalam persaingan yang ketat (Nuraisyah dkk., 2025).

Konsumen menilai UMKM berdasarkan kualitas produk, harga yang kompetitif, serta pelayanan yang baik. Tempat yang bersih dan estetis juga meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk. Persepsi positif dari konsumen menjadi modal penting bagi UMKM untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Tantangan UMKM

Yadewani dkk. (2024) Berpendapat bahwa tantangan yang dihadapi UMKM dalam perkembangan dapat berupa: 1) Keterbatasan akses terhadap modal dan teknologi. 2) Kurangnya pengetahuan tentang manajemen bisnis yang efektif. 3) Persaingan dengan perusahaan besar dan produk impor Selain itu, adaptasi terhadap perubahan tren konsumen dan pemanfaatan teknologi masih menjadi kendala pelaku UMKM untuk mengoptimalkan potensi usahanya.

Peluang UMKM

Peluang UMKM sangat besar dan menjanjikan, didukung oleh beberapa faktor. Pertama, sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, dengan perkiraan kontribusi penyerapan hingga lima puluh persen. Kedua, UMKM memiliki kesempatan untuk menggarap segmen usaha yang khas dan membedakannya dari kompetitor. Ketiga, terdapat ruang untuk berinovasi dan memasuki ceruk pasar yang belum terlayani. Terakhir, UMKM dapat beroperasi dengan manajemen yang fleksibel dan sederhana, memudahkan adaptasi terhadap perubahan pasar (Muhsin, 2022).

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami persepsi pelaku UMKM dan konsumen mengenai tantangan dan peluang bisnis buah potong di Baruga Street Food Kota Palu. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (bersifat semi-terstruktur) dengan pelaku usaha dan konsumen, observasi langsung di lokasi, serta dokumentasi yang relevan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif, mencakup reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan berdasarkan kerangka analisis SWOT. Untuk menjaga validitas, digunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan pandangan dari kedua belah pihak. Metodologi ini efektif untuk mengungkap realitas sosial dan makna dari pelaku dan konsumen yang berinteraksi dalam konteks UMKM buah potong di Baruga Street Food.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari pelaku UMKM dan konsumen bisnis buah potong yang berlokasi di Baruga Street Food, Kota Palu. Data ini diolah menggunakan kerangka analisis SWOT, yang merupakan sebuah metode perencanaan strategis dan pengembangan usaha. SWOT berfungsi untuk mengevaluasi empat faktor krusial, yaitu Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang

(*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*), yang relevan untuk proyek atau spekulasi bisnis (Sunarsi, 2024).

Kekuatan (*Strengths*)

Pelaku UMKM buah potong di Baruga Street Food memiliki kekuatan utama berupa lokasi usaha yang sangat strategis. Lokasi yang dekat dengan pusat keramaian ini dipandang sebagai keuntungan besar, memungkinkan peningkatan pendapatan dan profitabilitas melalui trafik pengunjung yang tinggi. Kekuatan ini juga diperkuat oleh pergeseran gaya hidup sehat di Kota Palu. Ibu Andini, seorang pelaku UMKM yang telah berjualan selama dua tahun, menyatakan bahwa permintaan buah potong akan terus meningkat seiring masyarakat yang semakin menerapkan pola hidup sehat, termasuk berolahraga dan mengonsumsi makanan sehat seperti buah-buahan.

Persepsi konsumen juga mengonfirmasi hal ini. Natalia dan Ririn tertarik membeli di Baruga Street Food karena tempatnya yang dekat dan strategis. Selain lokasi, kualitas produk dan layanan juga menjadi kekuatan. Konsumen menyebutkan rasa, penyajian, kesegaran buah, serta pelayanan sebagai faktor-faktor yang memberikan kualitas tersendiri pada produk UMKM buah potong di sana. Secara umum, persepsi konsumen positif terhadap kualitas produk yang segar dan harga yang bersaing.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Tantangan internal utama yang dihadapi meliputi keterbatasan modal usaha dan masa simpan buah yang relatif singkat. Bapak Fathur Rizki, seorang pelaku UMKM, menyoroti masalah ini, di mana buah yang mudah rusak dan membusuk memerlukan penggantian stok baru.

Selain itu, Ririn selaku konsumen menyampaikan bahwa pilihan buah potong terkadang tidak lengkap dan beragam, yang diperkuat oleh Natalia yang menambahkan perlunya memperbanyak jenis buah agar konsumen memiliki banyak pilihan.

Peluang (*Opportunities*)

Terdapat beberapa peluang signifikan untuk pengembangan usaha ini. Peluang utama adalah potensi peningkatan pemasaran melalui platform digital seperti Gojek, dan Instagram. Kerjasama dengan influencer atau endorsement juga semakin mempermudah pelaku UMKM dalam memasarkan produknya ke konsumen yang lebih luas.

Inovasi juga merupakan peluang, di mana inovasi dapat dikembangkan dari buah potong sehingga memperkaya pilihan menu konsumen dalam menikmati buah segar. Peluang ekspansi lain datang dari saran konsumen, di mana Natalia berpendapat bahwa ke depannya perlu disediakan sistem pesan antar dan membuka cabang penjualan lebih banyak lagi selain di Baruga Street Food agar potensi keuntungan dapat meningkat.

Ancaman (*Threats*)

Faktor eksternal yang menjadi ancaman adalah persaingan bisnis yang ketat dan ketergantungan pada kondisi cuaca yang tidak menentu, yang dapat memengaruhi jumlah konsumen.

Ancamannya adalah fluktuasi harga buah di pasar yang tidak menentu, seperti disampaikan oleh Ibu Andini, yang memengaruhi penyediaan stok. Untuk mengatasi fluktuasi bahan baku ini, Bapak Fathur Rizki menambahkan bahwa solusinya adalah dengan mencari pemasok lain sebagai cadangan agar penjualan buah potong tetap stabil.

KESIMPULAN

UMKM buah potong di Baruga Street Food, Kota Palu, berada pada posisi yang kuat berkat keunggulan lokasi dan meningkatnya tren gaya hidup sehat. Kekuatan internal ini diperkuat oleh persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk (kesegaran dan rasa manis), penyajian, dan harga yang kompetitif. Namun, UMKM ini menghadapi kelemahan internal seperti modal terbatas, masa simpan buah yang pendek, dan ketersediaan varian buah yang tidak selalu lengkap. Ancaman eksternal utama meliputi persaingan ketat, harga bahan baku yang tidak stabil, dan cuaca yang memengaruhi kunjungan. Peluang terbesar terletak pada pemanfaatan pemasaran digital (melalui aplikasi dan media sosial), inovasi produk, penuhan permintaan layanan pesan antar, dan ekspansi cabang untuk memperluas pasar. Kesimpulannya, UMKM ini memiliki prospek cerah tetapi harus mengatasi kelemahan internal (manajemen stok dan modal) sambil memaksimalkan peluang digital memperkuat dominasinya di pasar kota Palu.

DAFTAR PUSTAKA

- Imron, M. C. (2025). *50 Unit Gerobak Diserahkan kepada Pelaku UMKM Baruga Street Food*. <https://palukota.go.id/50-unit-gerobak-diserahkan-kepada-pelaku-umkm-baruga-street-food/>
- Muhsin, S. (2022). *Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 1(2).
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative.
- Nuraisyah, Gita Farista, Syarif Permana Salingkat, Mohamad Risky Adhitya, Nur wahdania, Rena, & Arifah Rahmadhani. (2025). *Pengaruh Lokasi Bisnis Terhadap Pendapatan dan Keuntungan UMKM*.
- Pramesworo, S., Yustisia, N., & Evi, T. (2024). Transformasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Menuju Bisnis Kreatif dan Inovatif. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 5(1), 8–20. <https://doi.org/10.56174/jap.v5i1.571>
- Rosmiwati, Ahlan, S.A.P, Masyitha Hakim, S.Ag, Sri Wati Handayani, S.H, Ermin Yuliana Mpilole, S.Ak, Indrayadin, Nidya Oping, Ratna Sari, Moh.Ichal, Samsu Rizal, Fitriah, S.E, Badriah, Findi MeiLita, & Putri Kumala Dewi. (2025). *Statistik Umkm Street Food Baruga Kelurahan Tanamodindi Kota Palu Tahun 2025* [Dataset].
- Soemanagara, R. D. (2006). *Persepsi Peran, Konsistensi Peran, Dan Kinerja*. file:///C:/Users/Administrator/Downloads/admin,+2.+Artikel+Rizky+(Revisi)+270-287.pdf
- Sunarsi, D. (2024). *SWOT Teori, Implementasi, Strategy*.
- Yadewani, D., Yusuf, F., Dewi, D. N. K., Cmilt, S. M., Mm, I. H. S., & Kalbuadi, A. (2024). *Strategi Pertumbuhan UMKM*.